

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SIDANG .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
2.1 Rumusan Masalah .....	3
3.1 Tujuan Penelitian .....	3
4.1 Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>4</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	4
2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu ( <i>Integrated Marketing Communication/ IMC</i> ) .....	10
2.3 Komunikasi Pemasaran .....	11
2.4 Tujuan dan Fungsi Pemasaran .....	11
2.5 Kerangka Pemikir .....	12
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>13</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	13
3.2 Metode Penelitian .....	13
3.3 Jenis Penelitian .....	14
3.4 Jenis Data .....	14
3.5 Subjek dan Objek .....	15
3.6 Sumber Data .....	15
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	16
3.8 Uji Keabsahan Data .....	17
3.9 Teknik Analisis Data .....	17
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
4.1 Deskripsi Subjek .....	18
4.2 Hasil Penelitian .....	21
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>28</b>
6.1 Kesimpulan .....	28
6.2 Saran .....	29